TURYZM POLSKI



NR 10 • PAŹDZIERNIK • 1938 • ROK I.

DES MOYENS MODERNES DE LA PROPAGANDE TOURISTIQUE.

Susciter l'envie de faire du tourisme sans ensuite la satisfaire, montrer les beautés d'un pays sans ensuite rendre possible de le voir et d'en jouir, c'est là, léser l'économie nationale. De cette façon les frais de publicité ne seront pas couverts par l'argent des touristes qui ne viendront pas. Et pourquoi ne viendraient-ils pas, ne se dirigeraient-ils pas vers le le pays X, dont nous parlons? Parce que de nos jours il faut donner aux touristes quelque chose pour leur argent. Il faut leur accorder des facilités: 1) techniques, 2) financières et économiques. — Ces facilités devraient leur être données: 1) avant le voyage, 2) pendant le voyage, pour le rendre le moins couteux et le plus agréable possible, 3) pendant le séjour afin de le rendre plus long par la diminution des frais de séjour, 4) pendant le voyage de retour, car il est à desirer que le touriste gard bon souvenir du pays qu'il a visité.

Examinons l'une après l'autre les facilités techniques et financières dont je viens de parler.

1) Il serait tout d'abord indispensable pour le développement du tourisme international de l'affranchir des antraves actuelles. L'abolition des restrictions monétaires est indispensable: un pays prohibitionniste est fatalement exposé à des répresailles. Le tourisme „national" ne peut couvrir les dépenses ni procurer au pays des devises étrangères.

L'abolition du passeport même et son remplacement sinon par une carte d'identité, au moins par le visa du passeport, constitue une des mesures de propagande touristique d'aujourd'hui. Le passeport collectif est la forme du passeport touristique la plus habituelle. On se débarrasse des entraves qui mettent en danger le développement du tourisme international, grâce aux titres de crédit touristique tels que les chèques de touriste, les lettres de crédit, les bons d'hôtels, les bons d'essence etc. Ils ont longtemps existé pour éviter au touriste une perte de temps ou des inconvenients monétaires.

2) Les rabais sur les prix des billets de chemin de fer ainsi que des paquebots de même que la création et la mise en vigeur des billets

touristiques, des billets de libre circulation, des billets kilométriques, des billets de „weekend“, voilà les mesures indispensables à prendre pour assurer au touriste le trajet le moins couteux possible et le plus confortable.

Les „trains populaires“ et avant tout les „trains touristiques internationaux“ propagent le mouvement des masses et assurent une clientèle aux entreprises de tourisme. On offre tout le confort desiré par la mise en circulation des „wagons-bar“, des „wagons de danse“, des „trains de verre“ et des „trains-piscines“. La Pologne vient d'inventer les „trains-hôtels“, ingénieuse combinaison des moyens de communication avec le logement, ce qui est susceptible de rendre service aux touristes de fortune moyenne.

On ne peut aussi oublier les „trains spéciaux“ de tourisme tels que les „trains des châteaux“, et des „monuments historiques“, trains du „Dimanche“, les „trains à destination inconnue“.

Les entreprises des communications maritimes ont perfectionné le confort des voyageurs, en admettant la création des billets à prix réduits, des „cabin class“ ou de la „classe unique“ ainsi que de la „deuxième économique“. La publicité commercial, en outre, vient nous offrer un excellent moyen de propagande touristique, par l'institution des „BUB“, inventés par la „Publivoyage“ de Genève. La „loterie touristique“, les primes sous l'éspèce de billets de chemin de fer constituent, de même, des moyens de propagande.

Les vacances à crédit assurent aux pauvres employés qui ont besoin d'une cure d'air, la joie de vivre pendent quelques jours dans la montagne ou au bord de la mer. C'est une des innovations les plus humanitaires.

3) Le séjour du touriste est rendu agréable grâce à l'institution des diverses cartes de touriste parmi lesquelles il faut citer les „cartes spéciaux“ polonaises, dont le porteur s'assure des rabais pendent son séjour à Varsovie, grâce à l'heureuse initiative de l'Orbis.

L'institution des „hôtels diurnes“, des hôtels „classe touristique“, de la „pension tourmenté“ (admirable invention hollandaise), voici encore des moyens dont la propagande touristique d'aujourd'hui fait usage pour assurer au touriste un séjour confortable.

Et les masses ouvrières? Le camping organisé, le camping collectif surtout leur donne la jouissance de la vie en plain air.

4) Les rabais ainsi que d'autres facilités techniques, tels sont les moyens que la propagande touristique emploi de nos jours pour développer le tourisme international. Photos, albums, tableaux, éditions de luxe, albums couteux, contenant les plus beaux récits glorifiant les beautés d'un pays, ne valent rien, si des mesures pratiques ne sont prises.

On m'objectera peut être que l'Italie continue ses éditions de grand luxe. Mais prenons comme exemple, l'édition officielle „Italie-voyages", on y parle toujours des facilités techniques et financières accordées aux touristes. A côté d'une description de la région des lacs, il y a de renseignements sur les „bons d'hôtels", l'Italie a su moderniser, ou, pour mieux dire, elle a su synchroniser sa propagande.

Il faut noter qu'en Grèce existent les „trains des excursionnistes" avec des reductions très fortes, sur les prix des billets des chemins de fer de l'Etat Hellénique. En oûtre, on a institué des „billets du Dimanche" à reduction sur les prix des billets des autobus reliants Athènes aux stations balnéaires de la côte Attique. A l'ocasion de la recente Exposition de Paris (1937) le Gouvernement hellénique a consenti des facilités techniques à ceux qui voulaient visiter l'Exposition.

La publicité, telle que nous l'avons connu par les éditions artistiques et littéraires a vécu. La propagande touristique d'aujourd'hui doit être basée sur les facilités financières et techniques, il faut qu'elle sache contenter le désir du déplacement que, augmente par rapport aux difficultés de la vie. La publicité, autrefois considerée comme le moyen le plus efficale pour attirer les visiteurs d'un pays n'est de nos jours qu'un moyen auxiliaire de la propagande synchronisée. L'édition d'une carte ou d'un guide est, naturellement. indispensable; il faut donner une boussole au voyageur. Ces renseignements les plus importants se rapportent aux rabais, aux facilités techniques et financières, dont j'ai parlé. J'ai expliqué mon point de vue dans mon ouvrage relatif*) à ce sujet.

Je suis convaincu, que ces mesures feront beaucoup pour attirer les touristes en Grèce. *Prof. Nicolas D. EGHINITIS.*

Z zagadnień turystyki w Szwajcarii.

Zainteresowanie gospodarczymi walorami turystyki w Polsce wzrasta, przy czym podkreśla się wagę przemysłu hotelowego w rozwoju tego ruchu. Dobrze jest dla ilustracji zdać sobie sprawę z niektórych zagadnień turystycznych w Szwajcarii, kraju, gdzie przemysł hotelowy kwitnie, a dochody z turystyki stanowią olbrzymie źródło dochodu społecznego. Dane poniższe otrzymano bezpośrednio z Wydziału Federalnego Poczt i Kolei Żelaznych w Bernie.

1) Liczba Turystów: Statystyka federalna turystyki egzystuje dopiero od r. 1933 — informacje za tym odnoszą się do okresu 1934—1937,

*) voir: Nicolas D. Eghinitis: „La propagande touristique d'aujourd'hui". Athéyes 1937, pages 80, en grec.

zaznaczyć przy tym należy, że Statystyczne Biuro Federalne nie rozróżnia w swych publikacjach narodowości turystów.

	Przybyło: (ilość osób)	Nocowało: (ilość noclegów)
a) Turyści zagraniczni:		
1934	1.286.761	6.072.943
1935	1.2 4.404	6.088.410
1936	1.156.605	5.697.508
1937	1.593.450	7.946.100
b) Turyści szwajcarscy:		
1934	2.018.912	7.898.938
1935	1.914.604	7.972.657
1936	1.796.093	7.661.352
1937	1.914 907	7.932.640

Liczba turystów, którzy nocowali — zatrzymując się w hotelach, uważana jest za największą po wojnie, około 20—22 mil. (turyści zagraniczni i krajowi razem).

2) Znaczenie turystyki w bilansie płatniczym Szwajcarii. Wpływ z turystyki, t. zn. wpływy z obrotów uzyskanych od obcokrajowców, po potrąceniu wydatków turystów szwajcarskich za granicą, określa się przez specjalistów na sumę ok. 500 mil. frs. dla dobrych lat normalnych. Przyjmuje się przy tym, że około 60% tej kwoty otrzymują hotele za świadczenia (wydatki na mieszkanie i utrzymanie), reszta zaś 40% służy na pokrycie kosztów przejazdów i drobnych wydatków.

3) Ilość przedsiębiorstw hotelowych. Na podstawie dokonanego w roku 1929 spisu przedsiębiorstw hotelowych ustalono liczbę hoteli w Szwajcarii na 7.606 liczących razem 202.159 łóżek. Oto stan hoteli w Szwajcarii (dzieląc je wg. wielkości przedsiębiorstwa):

3.355	przedsiębiorstw	liczących	3	do	10	łóżek	—	razem	21.907	łóżek
1.724	„	„	11	„	20	„	—	„	26.528	„
1.560	„	„	21	„	50	„	—	„	51.947	„
674	„	„	51	„	100	„	—	„	49.672	„
161	„	„	101	„	150	„	—	„	20.198	„
66	„	„	151	„	200	„	—	„	11.938	„
32	„	„	201	„	250	„	—	„	7.464	„
10	„	„	251	„	300	„	—	„	2.762	„
24	„	„	powyżej		300	„	—	„	9.743	„

4) Organizacja propagandy turystycznej. Związek narodowy dla rozwoju turystyki powstał w roku 1917 z siedzibą w Zurichu, jest uważany za oficjalny Urząd turystyki narodowej szwajcarskiej Organ ten jest subwencjonowany przez Konfederację, lecz utrzymuje charakter przedsiębiorstwa prywatnego. Zarząd Państwowych Kolei Żelaznych utrzymuje od roku 1904 biuro propagandy w Bernie, które liczy wiele oddziałów za granicą (np. N. York, Paryż, Rzym, Praga, Stockholm, Berlin, Amsterdam, Bruksela, Londyn i Kairo). Daleko idąca wspólność pracy biura propagandy i Urzędu turystyki narodowej szwajcarskiej sprawiła połączenie obu instytucyj w roku 1933. Obecnie czynione są badania nad ewentualnym połączeniem obu instytucyj w jedną organizację wy-

łączną dla propagandy turystyki. W niektórych okręgach kraju, np. w les Grisons, l'Oberland bernois, w Szwajcarii środkowej itd. istnieją syndykaty lokalne, które w części prowadzą propagandę autonomiczną. Również Generalna Dyrekcja F. T. T. zorganizowała samodzielnie propagandę dla swego szerokiego okręgu autokarów alpejskich. Związek hotelarzy szwajcarskich, który ma siedzibę w Bazylei jest związkiem mającym na celu obronę interesów hotelarstwa, wydaje corocznie spis hoteli szwajcarskich. Turystyczny związek szwajcarski, mający stały sekretariat w Zurichu jest grupą reprezentującą wielkie interesy ekonomiczno-turystyczne. Stacje klimatyczne (związek stacyj leczniczych) zakłady naukowe, prywatne szkoły dla dzieci itd. utworzyły osobny związek narodowy w celu obrony ich poszczególnych interesów.

mgr. Zygmunt Filipowicz — Warszawa

NORMY KLIMATYCZNE MIEJSCOWOŚCI KURACYJNYCH W NIEMCZECH.

Jakkolwiek ustawy Związku Turystycznego Rzeszy, dotyczące uznania jakiejś miejscowości jako uzdrowiska, żądają dla niej odpowiedniego klimatu, to jednak w ustawie nie są one dotychczas określone dokładnie, nie istnieją bowiem sprecyzowane normy klimatyczne. Lukę w tej dziedzinie wypełnił poniekąd prof. Fr. Linke, jeden z czołowych bioklimatologów niemieckich z Frankfurtu nad Menem, który na podstawie swej długoletniej pracy nad mikroklimatem miejscowości leczniczych określił konieczne czynniki klimatyczne dla miejscowości pretendujących do miana uzdrowisk. Była to praca żmudna, pod uwagę wzięto bowiem kilkadziesiąt miejscowości w poszczególnych porach roku, zestawiając dane z odpowiednimi grupami chorób. Uzdrowiska wg. prof. F. Linke'go winny odpowiadać następującym wymaganiom:

1) Miejscowość kuracyjna nie może być wielkim miastem, nie może leżeć w okolicy przemysłowej. — Szkodliwe jest silne zanieczyszczenie powietrza oraz ciepłe bezwietrzne noce.
2) Miejscowość kuracyjna nie może leżeć w obniżeniu, na dnie kotliny wilgotnej i obfitującej w mgły; a) w letnich miejscowościach kuracyjnych mogą być w sezonie zanotowane mgliste poranki najwyżej przez 3 dni jako średnie miesięczne, natomiast w południe nie powinna być wogóle mgła notowana. b) w zimowych miejscowościach kuracyjnych może być najwyżej 10 dni z mgłą w godzinach rannych oraz 5 dni w godzinach południowych, jako średnie miesięczne.

3) Miejscowość kuracyjna, lub dzielnica kuracyjna nie może leżeć na przełęczy, grzbiecie lub szczycie góry, gdyż takie położenie naraża ją na wiatry i opary kompesacyjne. Winny ją otaczać wyższe pasma górskie stanowiące ochronę od wiatrów. Średnia prędkość wiatru, mierzona na wysokości 12 m nad powierzchnią gruntu, nie powinna przekroczyć 4 m/sek. Wyjątek stanowią miejscowości kuracyjne nadmorskie w lecie.

4) Miejscowość kuracyjna nie może leżeć w sferze silnych, zimnych, nocnych wiatrów górskich. Wiatry takie dominują przede wszystkim we wciętych dolinach a zwłaszcza na ich stokach zachodnich. Wpływają one ujemnie na samopoczucie kuracjuszy, doprowadzają łatwo do przeziębień, jeżeli osiągają szybkość większą niż 1,5 m/sek.

5) Stosunki orograficzne nie mogą jednak powodować stagnacji mas powietrza lub predysponować powstawanie nocnych mis zimnego powietrza. Stosunki takie zdarzają się w zatokach oraz w dolinach i kotlinach. Nocne, słabe wiatry górskie są b. korzystne i pożądane dla uzdrowisk.

6) Położenie miejscowości kuracyjnych nad poziom morza winno wynosić:

poniżej	60° szer. geogr.	nie wyżej niż	500
„	50° „ „	„ „ „	1500
„	40° „ „	„ „ „	2500
„	30° „ „	„ „ „	3000

Dane te wynikają z doświadczenia, zbyt bowiem wielka wysokość nad poziom morza powoduje niskie temperatury powietrza oraz silne oziębienia nocne.

7) Średnia miesięczna dni z opadami większymi niż 1 mm nie powinna w czasie sezonu kuracyjnego przekroczyć 12.

Przytoczone normy o charakterze negatywnym uzupełnia prof. F. Linke dalszymi warunkami.

1) Miejscowość kuracyjna winna leżeć na stokach górskich lub terasach, zwróconych na południe, południowy zachód lub południowy-wschód, gdyż wszyscy kuracjusze szukają słońca i ciepła. Jedynie zimowiska muszą mieć ponadto do swej dyspozycji także stoki wystawione na północ dla dłuższego okresu uprawiania sportów zimowych.

2) Długość trwania usłonecznienia powinna przeciętnie wynosić:

w miejscowościach kuracyjnych	letnich	— 200	godzin
„ „	wiosennych	— 120	„
„ „	jesiennych		
„ „	zimowych	— 70	„

Intensywne usłonecznienie zwłaszcza jesienią, zimą i wiosną jest jednym z najważniejszych postulatów.

3) Od silnych, zimnych wiatrów powinno być uzdrowisko chronione przez lasy, pagórki lub sztuczne zasłony (parki, skwery, gęste rzędy drzew lub celowo wzniesione zabudowania). Ochrona ta winna w letnich miejscowościach kuracyjnych być zorientowana na zachód i północny zachód, w zimowiskach przeważnie na wschód i północny wschód.

4) Miejscowości kuracyjne powinny odznaczać się czystym powietrzem. Zarośla, rzędy drzew, skwery winny chronić dzielnicę kuracyjną przed kurzem unoszącym się z dróg komunikacyjnych. Zawartość pyłu mierzona pyłomierzem Ovens'a nie powinna nawet w południe przekraczać 500 cząstek na cm^3.

Przy precyzowaniu norm klimatycznych dla miejscowościach kuracyjnych uwzględnić należy także rodzaj i jakość chorób leczonych. Austriaccy uczeni kilkanaście lat temu na podstawie wielkości siły oziębiającej, mierzonej katatermometrem Hilla rozróżnili klimaty *pobudzające* i *oszczędzające*. Podział ten nie jest jednak wyczerpujący, gdyż brak jest dotąd dłuższej serii pomiarów oraz przyrządu samopiszącego przy katatermometrze, którzyby dał ciągłość obserwacji. Celem ściślejszego odróżnienia poszczególnych rodzajów miejscowości kuracyjnych podał Linke następującą klasyfikację klimatów leczniczych:

Uzdrowiska letnie mogą posiadać trzy rodzaje klimatu:

1) Klimat silnie pobudzający: średnia temperatura lipca wynosi poniżej 17° C, silne są dzienne i nieperiodyczne wahania temperatury (w lecie, w dni pogodne ponad 15° C). Średnia prędkość wiatru, mierzona na wysokości 12 m nad powierzchnią gruntu winna wynosić do 3,5 m/sek., częstotliwość silnych wiatrów winna być znaczna. Powietrze musi być wolne od kurzu i pyłu. — Klimat ten spotyka się w Niemczech w kąpieliskach morskich i wysoko położonych miejscowościach Gór Średnich. Jedynie w kąpieliskach morskich może średnia prędkość wiatru dochodzić do 4,5 m/sek., o ile dzienne wahania temperatury w dni pogodne utrzymują się poniżej 7° C.

2) Klimat umiarkowanie pobudzający: średnia temperatura lipca winna wynosić od 17—19° C, przy nieco anormalnych dziennych wahaniach temperatury i nieco anormalnej długości usłonecznienia. Taki typ klimatu odpowiada niemieckim Górom Średnim.

3) Klimat oszczędzający: — średnia temperatura lipca powinna wynosć ponad 19° C, ale nie przekraczać 21° C, nieznaczne

winny być dzienne i nieperiodyczne wahania temperatury. Dobra ochrona przed wiatrami, zwłaszcza zachodnimi i północno-zachodnimi. Dla tego typu klimatu pożądane jest pewne zmętnienie atmosfery osłabiające bezpośrednie promieniowanie słońca. Ten typ klimatu spotkać można na zacisznych stokach u podnóża Gór Średnich oraz w okolicach chronionych na nizinach.

Dla miejscowości kuracyjnych zimowych wyróżniono dwa typy klimatu:

1) Łagodny klimat zimowy: średnia temperatura stycznia wynosi ponad 2° C przy normalnej długości usłonecznienia i bezwzględnej ochronie przed wiatrem. Klimat ten jest bardzo ważny dla utrzymania siły u ludzi starszych, rekonwalescentów oraz przy leczeniu katarów górnych dróg oddechowych. Ten typ klimatu w Niemczech nie jest spotykany.

2) Klimat górski zimowisk i zimowych stacji klimatycznych: średnia temperatura stycznia winna być niższa od — 2° C. Pokrywa śnieżna winna trwać conajmniej 60 dni, miesięczna zaś suma usłonecznienia ponad 70 godzin (nawet w miesiącach skrajnych), bardzo czyste powietrze (mniej niż 200 cząstek w 1 cm^3 w/g Ovens'a), miejscowość winna być osłonięta przed wiatrem (średnia prędkość wiatru do 2,5 m/sek). Bardzo charakterystyczne dla klimatu zimowisk są duże dzienne wahania temperatury spowodowane promieniowaniem dziennym i silnym wypromieniowaniem nocą.

Dla miejscowości kuracyjnych przeznaczonych na kuracje w miesiącach przejściowych pożądany jest wyłącznie klimat oszczędzający. Średnia temperatura kwietnia względnie października winna wynosić ponad 9° C, usłonecznienie ponad 120 godzin, wiatry winny być słabe. W Niemczech znaleźć można wiosenne miejscowości kuracyjne na zachodzie i południowym - zachodzie kraju, jesienne natomiast także u podnóża Gór Średnich, na wschodzie kraju oraz nad Bałtykiem.

Wyżej omówione postulaty i normy klimatyczne mają być podstawą dla ustawowego określenia klimatycznych walorów uzdrowisk w Niemczech. Ulegną one prawdopodobnie nieznacznym i drobnym zmianom mogą więc służyć jako przykład przeprowadzenia klasyfikacji miejscowości kuracyjnych.

Mgr Czesław Trybowski
Kier. Stacji Meteorologicznej w Rabce.

Ruch cudzoziemców w Finlandii.

Elementami zasługującymi na uwagę w badaniach nad ruchem obcych, poza ogólną liczbą przyjazdów i dni dobytu, są także: skład narodowościowy ruchu (sfera wpływu) oraz zróżnicowanie wg celu przyjazdu. Cztery te elementy są niezbędne przy ustalaniu znaczenia gospodarczego turystyki z za granicy. Brak któregokolwiek z nich przyczynia się czasem do mylnego interpretowania znaczenia ruchu. Liczba wydanych noclegów jest elementem podstawowym. Czas pobytu pozwala na wyróżnienie ruchu długo i krótko pobytowego, którego znaczenie gospodarcze jest różne. Daje możność także do wyodrębnienia ruchu weekendowego, który ostatnio staje się coraz bardziej popularny np. w Kanadzie lub Szwecji. Zróżnicowanie narodowościowe ruchu jest konieczne, gdyż siła płatnicza obywateli poszczególnych państw nie jest jednakowa. Obcy z państw sąsiednich przedstawiają mniejsze wartości dla turystyki z za granicy i powinni być w badaniach wyodrębnieni. Ogólna suma przyjazdów może stwarzać sugestie dużego znaczenia ruchu, rozpatrzenie jednak składu narodowościowego daje niejednokrotnie obraz zupełnie odmienny. Np. o Estonii, do której przybywa 99.775 obcych, a więc o kilka tysięcy więcej niż do Polski możnaby sądzić, że jest krajem turystycznym, tymczasem po rozpatrzeniu składu narodowościowego ruchu okazuje się, że 56,6°/₀ całego ruchu stanowią Łotysze, którzy zostawiają przeważnie kilka do kilkunastu koron na osobę. Cel podróży pozwala na wyróżnienie turystów, oraz wyeliminowanie ruchu handlowego i przyjezdnych poszukujących pracy. Niewiele państw dotychczas prowadzi statystykę ruchu obcych, która uwzględniałaby wszystkie te elementy. Do tych nielicznych należy Finlandia, która od szeregu lat unormowała statystykę turystyki z za granicy. Wyniki, opracowane przez dyr. Börje Sanberga, są publikowane rok rocznie przez Suomen-Matkat.

Liczba przyjazdów obcych do Finlandii rośnie z roku na rok bardzo szybko. Rok 1937 uzyskał 87.807 przyjazdów co stanowi 233,3 °/₀ w stosunku do 1932 r. Tabela I przedstawia rozwój ruchu w ciągu sześciu lat:

Tabela I.

Rok	liczba przyjezdnych	rozwój w °/₀
1932	37.631	100
1933	41.907	111,4
1934	52.823	140,3
1935	63.747	169,3
1936	77.001	204,6
1937	87.807	233,3

Skład narodowościowy ruchu, przedstawiony w tabeli II, wskazuje na dominującą rolę Szwedów, których w 1937 r. przybyło 31.119 osób,

co stanowi 35,4 % całego ruchu. Do liczniej reprezentowanych należą: Estończycy 11.766 osób (13.4%), Niemcy 10.670 osób (12.2%), Anglicy 10.212 osób (11.6%), oraz obywatele U. S. A. 7.683 osób (8,8%). Inne narodowości w liczbie 16.357 osób stanowią 18.6%.

Tabela II.

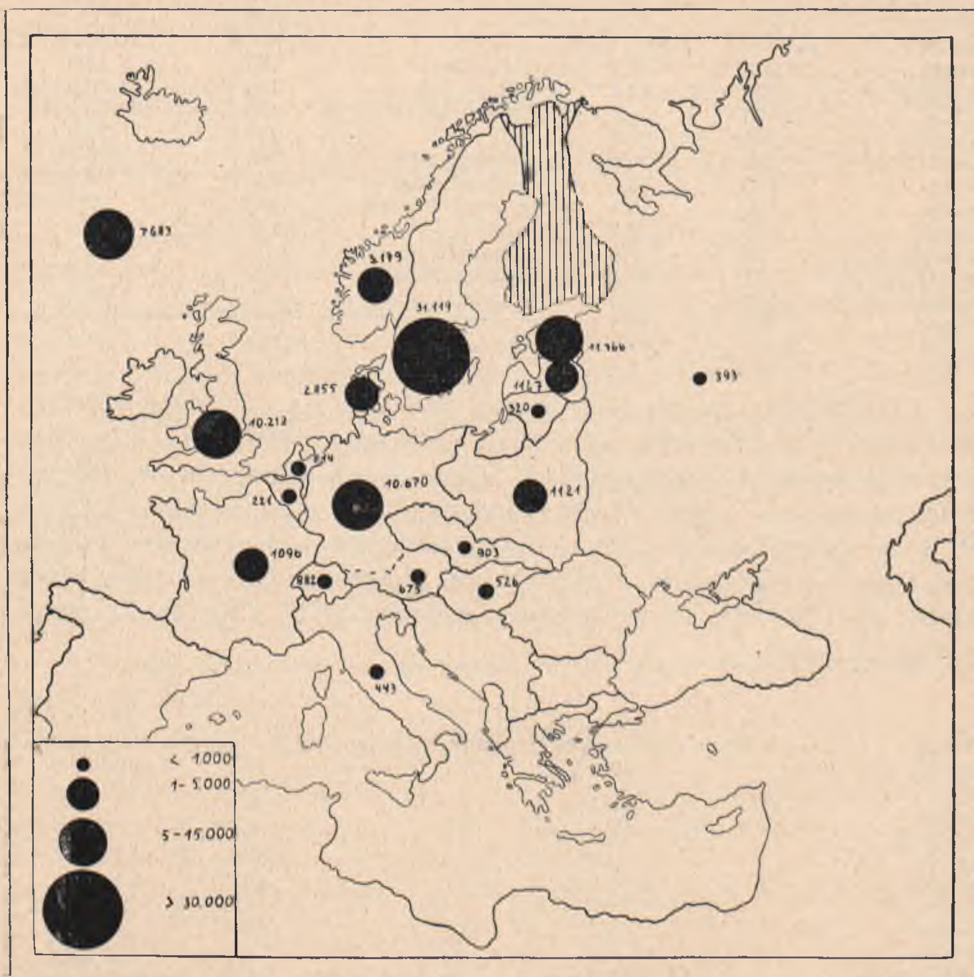
Narodowość	1937	1936	1935	1934	1933	1932
Szwecja	31.119	27.099	22.167	19.106	15.213	12.891
Norwegia	3.179	1.945	1.769	1.636	1.410	1.659
Dania	2.855	3 057	2.498	2.519	1.815	1.950
Estonia	11.766	10.160	8.363	6.839	7.002	6.015
Łotwa	1.127	1.147	869	882	668	659
Litwa	320	—	—	—	—	—
Polska	1.121	1.396	412	740	259	262
Węgry	526	491	271	194	123	86
Z. S. R. R.	393	534	700	641	582	531
Inni Rosjanie	303	225	218	222	206	258
Niemcy	10.670	9.755	7.764	6.228	4.496	4.286
Francja	1.096	1.065	1.021	781	713	749
Anglia	10.212	8.242	8.146	4.700	4.174	2.400
Holandia	814	987	757	762	352	—
Belgia	221	349	168	161	228	—
Szwajcaria	882	686	606	—	—	—
Italia	443	309	481	351	227	188
Austria	675	605	430	313	234	164
Czechosłowacja	903	647	506	367	260	152
Inne kraje Europy	656	877	533	993	572	951
U. S. A.	7.683	6.609	5.506	4 847	3.019	4.149
Inne kraje pozaeurop.	745	643	495	388	338	319
Nieznana	38	113	68	153	16	1
Razem	87.807	77.001	63.747	52.823	41.907	37.631

Skład narodowościowy w ciągu sześciu rozpatrywanych lat nie uległ większym zmianom, gdyż przyjazdy obcych wszystkich narodowości mniej więcej równomiernie wzrastały. Dla porównania przytoczono procentowy udział ważniejszych narodowości. W 1932 r. Szwedzi stanowili 34,3 %, Estończycy 16,0 %, Niemcy 11,4 % obywatele U. S. A. 11,0 % i Anglicy 6,4 %. Sfera wpływu Finlandii jest dość mała, jak to obrazuje załączona mapa, gdyż poza Stanami Zjednoczonymi, większa ilość obcych przyjeżdża tylko z państw Europy Północnej.

Przyjazdy rozkładają się w ciągu roku nierównomiernie. Najsilniej frekwentowane są miesiące letnie: czerwiec, lipiec i sierpień, które razem koncentrują 61.190 osób (69,7 %), natomiast na maj i wrzesień wypada 10.595 osób (12,1%), na pozostałych zaś siedem miesięcy tylko 16,022 (18,2%).

Wśród przyjezdnych większość stanowią turyści — 64.841 osób (1937 r.), co wynosi 73,8% całego napływu. Resztę stanowią handlowcy 8.602 (9,8%), szukający pracy 1.556 (1,9%), przejeżdżający tranzytem 6.789 (7,7%), oraz cudzoziemcy mieszkający w Finlandii 2.887 (3,3%), inni 1.247 (1,4%) i nieznani 1.885 (2,1%). Odsetek turystów wzrastał w ciągu sześciu omawianych lat stale, stanowiąc w 1932 r. — 59,7%, w 1933 r. — 62,0%,

Napływ obcych do Finlandii w 1937 r.



w 1934 r. — 65,8%, w 1935 r. — 68,1%, w 1936 r. — 71,6%, oraz w 1937 r. — 73,8%. Ponieważ procentowy udział nieturystów nie uległ większym zmianom, dowodzi to, jak i z powyżej przytoczonych liczb wynika, że ogólny silny wzrost ruchu nastąpił dzięki napływowi coraz nowych turystów, przyciąganych celową propagandą.

Tabela III przedstawia skład narodowościowy ruchu turystycznego oraz odsetki turystów w poszczególnych narodowościach. Wynika z tabeli, że największy odsetek ruchu turystycznego jest wśród przyjezdnych ze Szwecji (83,7%) Anglii (82,9%), Estonii (79,8%), Polski (74,5%) i U. S. A. (71,4%), najmniejszy z Rosji Sowieckiej (6,4%), z Austrii (36,1%) i Holandii (43,6%). Inne państwa dostarczają ponad 50% turystów.

Tabela III.

Państwo	ilość turystów	w % całego ruchu	Państwo	ilość turystów	w % całego ruchu
Szwecja	26.040	83.7	Holandia	355	43 6
Norwegia	1.909	60.1	Belgia	145	65 6
Dania	1.475	51.7	Szwajcaria	468	53.1
Estonia	9.390	79.8	Italia	257	58.0
Łotwa	584	51.8	Austria	244	36 1
Litwa	190	59.4	Czechosłowacja	544	60.2
Polska	835	74.5	In. kraje Europy	382	58.2
Węgry	295	56.1	U. S. A.	5.485	71.4
Z. S. R. R.	25	6.4	Inne kraje pozaeuropejskie	421	56.5
Inni Rosjanie	77	25.4	Nieznana	17	44.7
Niemcy	6.552	61.4			
Francja	686	62.6			
Anglia	8.465	82.9	Razem	64.841	73.8

Czas pobytu obcych jest liczony jako średnia z każdego miesiąca dla turystów i nieturystów oddzielnie. Przeciętny czas pobytu turystów, podany w tabeli IV, jest najdłuższy w miesiącach zimowych, w których osiąga przeciętnie ponad 19 dni w grudniu i styczniu, spadając poniżej 10 dni w lecie. Przeciętny czas pobytu nieturystów jest bardziej wyrównany i trwa w granicach od 8 do 13 dni. Przeciętny czas pobytu w ciągu całego roku jest dla turystów nieco mniejszy (10,5 dni) niż dla nieturystów (11,0 dni).

Tabela IV.

Miesiąc	przeciętny czas pobytu turystów	przeciętny czas pobytu nieturystów
styczeń	19.5	13.9
luty	18.1	11.5
marzec	13.6	12.6
kwiecień	15.4	10.6
maj	10.9	10.8
czerwiec	15.1	10.8
lipiec	9.2	11.2
sierpień	6.6	12.2
wrzesień	9.1	11.0
październik	12.0	10.2
listopad	16.3	9.0
grudzień	19.9	8,2
Cały rok	10.5	11.0

Ogólny czas pobytu obcych w Finlandii trwał w 1937 r. około 934 tys. dni, w tym pobyt turystów wyniósł ok. 681 tys. dni. W 1936 r. przeciętny czas pobytu wynosił dla turystów 10,1 dni, a dla nieturystów 11,7 co daje ogólną sumę pobytów około 813 tys. dni (turyści 557 tys. dni). Dochody z ruchu obcych oblicza dyr. Sanberg B. na około 230 mil. mk. fin. w 1937 r., co stanowi 26,7 mil. zł. Od r. 1936 nastąpił wzrost o ok. 20 mil. mk. fin. (2,3 mil. zł), co jeszcze silniej potwierdza stały wzrost znaczenia gospodarczego turystyki z za granicy.

Tadeusz Wilgat.

Konkursy czystości i schludności domków oraz mieszkań dla letników.

Walka o najprymitywniejsze warunki higieniczne i wygody dla letników we wsiach letniskowych i letniskach weszła już w fazę realizacji która może przynieść pożądane rezultaty. Zwrócono powszechnie uwagę na konieczność podniesienia stanu urządzeń domków włościan, wynajmowanych letnikom i przystosowywanie ich do wymagań przyjeżdżających.

Związek Letniskowy w Krakowie i Powiatowe Komisje Letniskowo-Turystyczne, oceniając wagę tych zagadnień, urządziły, dzięki subwencji Wydziału Turystyki Min. Komunikacji oraz Wydziałów Powiatowych woj. krakowskiego, konkurs czystości i schludności domków oraz mieszkań dla letników. Konkurs odbył się w pełnym sezonie i trwał od 20 czerwca do 26 września br. Wzięło udział w konkursie 498 uczestników z 20 gmin i gromad ośmiu powiatów woj. krakowskiego.

Poniżej zestawiono miejscowości, w których zostały zorganizowane konkursy czystości.

Powiat Żywiec		
Radziechowy	uczestników	173
Powiat Wadowice:		
Zawoja	„	9
Powiat Tarnów:		
Jastrzębia	„	10
Powiat Nowy Targ:		
Raba Wyżna	„	32
Ora vka	„	11
Biały Dunajec	„	29
Białka	„	24
Powiat Limanowa:		
Olszówka	„	27
Raba Niżna	„	10
Kasinka Mała	„	11
Dobra	„	10
Powiat Nowy Sącz:		
Łącko i Czerniec	„	27
Barcice	„	20
Łomnica-Zdrój	„	16
Ptaszkowa	„	9
Powiat Gorlice:		
Szymbark	„	5
Powiat Myślenice:		
Osielec	„	20
Spytkowice	„	35
Łętownia	„	20

W pracach wstępnych przy organizacji konkursów czystości opracowano szczegółowy regulamin, wydano afisze, propagujące te konkursy (1.000 sztuk) i ulotki (3.000 sztuk) oraz broszurkę w zapoczątkowanym wydawnictwie Związku — „Biblioteka Letniskowa“ — opracowaną przez inż. A. Praczyńskiego i mgr S. Smolca p. t. „O porządkach w małym letnisku przed sezonem“. Poza tym wydano publikację p. t. „Letnisko a zimowisko“, w której omawiano budowę lodowni i projekt wzorowego ogródka działkowego.

Podczas trwania konkursu odbyły się liczne kontrole i objazdy, podczas których zbierano materiały do rozstrzygnięcia konkursu. Zwracano uwagę głównie na: ogólny wygląd domostwa, styl budowy, czystość budynków i zabudowań, gnojownię, ustępy, studnie, ogródki, wewnętrzny wygląd mieszkań i czystość wnętrza, umeblowanie, wygląd uczestników konkursu t. j. mieszkańców domu letniskowego.

Po ostatniej ocenie uczestników konkursu przez Komisję przyznano szereg nagród pieniężnych na ogólną sumę 1.300 zł, 18 nagród pocieszenia w postaci miednic, dzbanków, lamp, obrusów i t. p., 23 dyplomy uznania i tyleż listów pochwalnych.

Wyniki konkursu, a przede wszystkim ilość uczestników konkursu, świadczy o zrozumieniu wśród ludności wiejskiej dla akcji Związku i pozwala na przypuszczenie, że zapoczątkowana działalność w tym kierunku znajdzie naśladownictwo i przyniesie oczekiwane rezultaty.

dr Władysław Milata.

KRONIKA.

Belgia — Nowy urząd dla popierania turystyki. — Belgijski Minister Komunikacji powołał do życia urząd, którego zadaniem jest wprowadzanie w czyn wszystkich rozporządzeń, mających na celu wzmożenie ruchu turystów obcych do Belgii. Pierwszym zadaniem nowoutworzonego biura będzie opracowanie karty turystycznej, do której będą przywiązane zniżki na kolejach belgijskich, zniżki przy uzyskiwaniu wizy paszportowej i inne ułatwienia. Z. T.

Egipt — Organizacja ruchu turystycznego w Egipcie. — Generalny dyrektor Urzędu Turystycznego w Egipcie wydał szereg zarządzeń dla usprawnienia obsługi ruchu turystycznego.

Przede wszystkim należy wymienić rozporządzenie o cenach wstępów do muzeów (wydatna obniżka), zmianę płac dla tłumaczy, wydanie wykazu pensjonatów i cen noclegów, udzielenie subwencji na urządzanie imprez turystycznych. Poza tym powiększono liczbę policji drogowej i portowej oraz uregulowano sprawy paszportowe wprowadzając szereg ułatwień wizowych dla turystów przybywających do Egiptu. Wydano szereg zarządzeń mających na celu walkę z żebractwem, z przygodnymi tłumaczami oraz z uliczną grą hazardową. O. B.

Francja — Specjalności gastronomiczne na wystawie światowej w New Yorku. — Francja przykłada wielką wagę do propagowania specjalności gastronomicznych jako do jednej z najważniejszych atrakcji turystycznych kraju. Najlepszym tego dowodem jest fakt, że na wystawie światowej w New Yorku jedna sala pawilonu francuskiego będzie poświęcona propagandzie francuskich win oraz innych specjalności gastronomicznych.

Przygotowania do sezonu zimowego. — W związku z nadchodzącym sezonem zimowym Francuski Związek Narciarski obok innych zarządzeń przygotowawczych postanowił rozesłać ankietę w sprawie wypadków na nartach oraz sposobów zapobiegania im.

Wycieczki „Pokoju". — Biuro pydróży' „Francuska Kampania Turystyczna" urządza pod tytułem „Voyages de la Paix" wycieczki o dwóch rozmaitych trasach, które wiodą przez miejscowości, gdzie Hitler prowadził rozmowy i konferencje z zagranicznymi mężami stanu. Z. T.

Holandia — Union Internationale des Organes Officiels de Propagande Touristique. — Związek powyższy został założony w r. 1924 celem koordynowania pracy narodowych związków turystycznych. Niedawno ukazała się broszura („Necessité de la Collaboration Internationale en faveur du Tourisme“), będąca pierwszym sprawozdaniem z dwunastoletniej działalności tego Związku.

Z projektem utworzenia Związku wystąpiła pierwsza Holandia. Projekt Holandii znalazł gorące poparcie w krajach europejskich tak, że już w następnym roku (1925) „Union Internationale des Organes Officiels de Propagande Touristique“ liczyło 19 członków. Coroczny zjazd (kongres) odbywa się kolejno w krajach należących do tej organizacji.

Ze sprawozdania wynika, że Związek wprowadził międzynarodowe przepisy tyczące wielkości afiszów propagandowych (1 m. × 0·62 m.), druków propagandowych — ulotek (0·12 × 0·205) i prospektów (0·10 × 0·205). Opracowano przepisy, tyczące bezpłatnego rozwieszania plakatów propagandowych na stacjach kolejowych. Z inicjatywy Związku wydrukowano i wydano zbiorowy prospekt państw należących do związku p. t. „Europe Calling“, przeznaczony dla U. S. A. Podjęto również organizację propagandowych pogadanek radiowych. Związek przyczynił się również do zniesienia cła za materiały propagandowe. Ustalono również wymagania stawiane przewodnikom i tłumaczom w poszczególnych krajach, wprowadzono jednakowe wzory dla statystyki ruchu turystycznego, które dają państwom przegląd wyników propagandy turystycznej za granicą.

Sprawozdanie zawiera również program dalszych prac Związku, które będą polegały na próbach zwiększenia ruchu turystycznego między Europą a innymi częściami świata, na uproszczeniu względnie na zupełnym zniesieniu opłat granicznych dla turystów. Program przewiduje wspólną walkę z wszelkimi przeciwnościami, które utrudniają rozwój międzynarodowego ruchu turystycznego. O. B.

Madagaskar — Rozwój turystyki na Madagaskarze. — Wzrastający ruch turystyczny na Madagaskarze spowodował, iż konserwator „Muzeum Królewskiego“ wydał przewodnik, w którym między innymi podaje dla turystów przybywających samolotami 145 terenów nadających się do lądowania. Tego rodzaju wskazówki świadczą, iż współczesny turysta pragnie tracić jak najmniej czasu na dojazd. Poza tym przewodnik zawiera szereg wskazówek praktycznych dla turystów oraz opis najciekawszych miejscowości i atrakcji turystycznych.

Niemcy — Ruch dzienny turystów w schroniskach alpejskich. — Obliczono, iż liczba turystów, którzy przebywali w schroniskach w Alpach Niemieckich, a nie zostali objęci statystyką turystów pozostających na noc, wyniosła za rok ubiegły około 1,25 mil. osób. Z tej cyfry na Alpy Północne przypada około 930 tys. gości, na Alpy Centralne 305 tys., oraz na Alpy południowe 15 tys.

Działalność organizacji „Kraft durch Freude“. — Od początku swego istnienia do chwili obecnej urządziła organizacja „Kraft durch Freude“ 60.000 wycieczek krajowych w których wzięło udział ok. 19 milionów osób. Ponadto urządzono 400 morskich podróży do Norwegii, Portugalii, Italii, Afryki oraz na Maderę i Azory z 500.000 uczestników.

Norwegia — Wzrost ruchu turystycznego. — Na dorocznym posiedzeniu rady Krajowego Związku dla Popierania Turystyki w Norwegii stwierdzono wzrost ruchu turystów zagranicznych w roku ubiegłym o 20%. Dochody dotychczasowe z tegoż ruchu za rok 1938 są obliczane na 80 mil. koron.

Szwajcaria — Spadek ruchu turystycznego i jego przyczyny. — Od dłuższego czasu pisze się o spadku ruchu turystycznego w Szwajcarii, podając najrozmaitsze tego przyczyny. Notuje się ten spadek nietylko w dziedzinie przemysłu pensjonatowo-hotelowego, ale również w ruchu pasażerów na kolejach. Liczba pasażerów w sierpniu bieżącego roku na Kolejach Związkowych wyniosła 9,018.000 w stosunku do 9,745.000 w sierpniu r. ub. Dochody zaś z ruchu pasażersk ego spadły z 14,3 mil. fr. s. w sierpniu ub. r. na 13,2 mil. w sierpniu r. b. Jako jedną z przyczyn tego spadku, zarówno w dziedzinie ruchu turystycznego jak i ruchu tranzytowego przez Szwajcarię, podaje „Der Fremdenverkehr“ prasową akcję szwajcarską, wyrażającą sie w szeregu artykułów skierowanych przeciw totalizmowi zarówno Niemiec jak i Italii. Jego zdaniem akcja ta spowodowała znaczny spadek turystów z Niemiec i Italii. Z. T.

PRZEGLĄD LITERATURY

Wydawnictwa nadesłane do Redakcji:

(ciąg dalszy)

103. **Bissaga Teofil dr** — Geografia kolejowa Polski z uwzględnieniem stosunków gospodarczo-komunikacyjnych. Warszawa 1938 r. Wydawnictwa Techniczne Ministerstwa Komunikacji, Nr 9, str. 277 — cena 3·50 zł.
104. **Chętnik Adam** — Myszyniec. Nowogród pod Łomżą 1938 r. Str. 58.
105. **Czudek Andrzej** — Ochrona przyrody w w województwie Śląskim. Kraków 1938 r. Nakładem Państwowej Rady Ochrony Przyrody, str. 216.
106. **Estreicher K.** — Kraków. Przewodnik dla zwiedzających miasto i okolice. Wyd. III rozszerzone 1938 r. Nakł. Gebethnera i Wolffa, str. 397 — cena 5 zł.
107. **Hrebeniuk A.** — Kraków. Wydanie II. Kraków 1938 r. Nakładem Księgarni „Nauka i Sztuka", str. 82 — cena 1 zł.
108. **Lato pod Warszawą.** — Informator uzdrow.sk, letnisk i osiedli podstołecznych pod red. Podoskiego J. 1938 r. Nr. 1—2, kwartał II i III, str. 167 — cena 2 zł.
109. **Leszczycki Stanisław** — Wytyczne gospodarki uzdrowiskowo-letniskowej w Karpatach. Kraków 1938 r. Komunikaty Studium Turyzmu U. J. nr. 12, str. 26 — cena 0·50 zł.
110. **Mapa Dniestru od Halicza do Okopów św. Trójcy dla użytku kajakowców.** Stanisławów 1938 r. Wydawnictwo Okręgu Ligi Morskiej i Kolonialnej w Stanisławowie — cena 0·80 zł.
111. **Mączyński F.** — Kościół Najświętszej Panny Marii w Krakowie. Kraków 1938 r. Nakładem Gebethnera i Wolffa, str. 127 — cena 2 zł.
112. **Pietraszewski J.** — Sandomierz — przewodnik po mieście. Sandomierz 1938. Nakł. Sandomierskiego Oddz. P. T. K., str. 63.
113. **Polskie Biuro Podróży „Orbis".** — Informator Podróżniczo-Turystyczny rok V. Warszawa 1938/39. Str. 224 — cena 1 zł.
114. **Referowski W.** — Okno Wystawowe. 189 rycin i tablica barwna. Książnica Atlas Lwów-Warszawa 1938 r. str., 186 — cena 11 zł.
115. **Rzeźniecki W.** — Bydgoszcz i powiaty: Bydgoski, Szubiński i Wyrzyski. — Mała encyklopedia turystyczna. Bydgoszcz 1938 r. Wyd. Zw. Pop. Tur. w Bydgoszczy, str. 338 — cena 2 zł.
116. **Strzelecki J., Chmielewski J.** — Planowanie regionalne w okręgu warszawskim. Działalność Biura Planowania Regionalnego Okręgu Warszawskiego w okresie 1930—1938. Warszawa 1938 r., str. 57.
117. **Szkolne Schroniska wycieczkowe,** t. XII. Warszawa 1938 r. Wyd. Min. W. R. i O. P. str. 114 — cena 1 zł.
118. **Szostak E., Wilgat T.** — Klucz znaków dla szczegółowych map turystycznych. Kraków 1938. Komunikaty Studium Turyzmu U. J. nr 7., str. 24 — cena 0·60 zł.
119. **Wielkopolska letniskiem** — afisz — wyd. L. P. T., Zw. Pop. Tur. w Poznaniu i P. K. P.
120. **Zarys monograficzny** powiatu turczańskiego oraz opis miejscowości letniskowo-turystycznych. Lwów 1938 r. Nakł. Związku Letniskowo-Turystycznego „Bieszczady" powiatów i gmin wojew. lwowskiego — cena 1 zł.
121. **Zieliński A. dr** — Jak opracować turystyczne wydawnictwa propagandowe. Instrukcja dla redaktorów i wydawców do użytku samorządowych Kom. Letn. Tur. Warszawa 1938 r. Nakł. Zw. Pow. R. P., str. 35 — cena 1·50 zł.
122. **Ziemia Częstochowska.** — Tom II. 1938 r. Wydawnictwo Towarzystwa Popierania Kultury Regionalnej w Częstochowie, str. 270. Z. N.

Prenumerata roczna złotych 5·00. Cena pojedynczego numeru 0·50.

Wydawca: **Studium Turyzmu U. J.** — Redaktor odpow.: **Dr Stanisław Leszczycki.**

Miesięcznik wydawany z zasiłku Wydziału Turystyki Min. Kom.

Adres Red. i Admin.: **Kraków, Grodzka 64, tel. 216-89.**— Konto czekowe PKO Nr. 406.870.

Drukarnia Bratniej Pom. Medyków U. J. w Krakowie

Opłata pocztowa uiszczona gotówką.

SPIS TREŚCI: